

KE VIP

LA CERCHIA DEI VIP

Crea la tua **cerchia di clienti fidelizzati**
offrendogli un pagamento ricorrente per dei
plus esclusivi e strepitosi

CONSIGLI UTILI PER

CREARE UNA CERCHIA DI CLIENTI FIDELIZZATI CON PAGAMENTO RICORRENTE

Collana : K-EBook di Ke Risto
Scopri tutti i nostri ebook su www.keristo.it



© Ke Risto | Edizione 2021
a cura di **Gianni Palombi**

Ke Risto | Strumenti e Marketing per la Ristorazione
Via Ludovisi 35 ROMA 00187
www.keristo.it - info@keristo.it
Tel : +39 06 2111 8120
Mobile : +39 379 197 4109

INDICE

1. CONOSCI I TUOI CLIENTI

2. FIDELIZZARE UN CLIENTE

3. LA CERCHIA DEI VIP

4. IL PAGAMENTO RICORRENTE

5. I PLUS ESCLUSIVI

6. CASE HISTORY

7. PICCOLO SPAZIO PUBBLICITA'

INTRODUZIONE

Gentile lettore ristoratore, se hai questo e-book, molto probabilmente, intendi approfondire o migliorarti nel campo delle fidelity del tuo locale. Congratulazioni, il primo passo per migliorare è sapere che si può sempre migliorare.

Questo breve manuale ha l'obiettivo di fornirti degli utili consigli, nonché una strategia di marketing per la ristorazione, da seguire se intendi **apportare un valore aggiunto alla tua attività** iniziando proprio dal capire come una fidelity cliente può essere utile e perché è così importante.

Detto questo, mi auguro che i nostri consigli siano un ottimo spunto di confronto e ti auguro una buona lettura.

In un mondo che viaggia alla velocità della luce, dove tutti i clienti sono sempre più esigenti e la concorrenza sempre più spietata, è opportuno essere al passo con i tempi ed alcune volte incentivare nuove forme di servizio.

1.

CONOSCI I TUOI CLIENTI

più si sa, più si sa di non sapere

Conoscere i propri clienti è fondamentale per poter indirizzare non solo la tua **comunicazione**, ma anche tutte le tua **strategie** del tuo locale.

Ricorda che senza una strategia di business solida e dei prodotti che rispondano alle esigenze dei tuoi clienti target non ci sarà comunicazione che possa aiutarti.

Fondamentalmente nella ristorazione si tengono a considerare alcuni parametri che ci permettono di capire meglio il nostro cliente quali:

- 1 Sesso ed età
- 2 Quante volte al mese viene al locale
- 3 Distanza dal locale
- 4 Cibi preferiti
- 5 Come ci ha conosciuto
- 6 Con chi frequenta solitamente il locale

Conoscere questi pochi parametri ti permetterà di **creare un "avatar" del tuo cliente** al fine di scegliere quali strategie portare avanti.

In alcuni casi, conoscere i propri clienti porta anche a rimodellare il target clienti scelto magari in fase di apertura del locale.

Quali strumenti utilizzare per conoscere i propri clienti?

Ad oggi sul mercato esistono moltissimi software che permettono di creare quiz ai nostri clienti. Moltissimi sono gratuiti, ciò non toglie che è possibile effettuare dei sondaggi ai nostri clienti anche con la vecchia carta e penna.

Ricorda per ottenere delle informazioni dal tuo cliente sarà sempre opportuno offrirgli "qualcosa".

2.

FIDELIZZARE UN CLIENTE

viziami e ti concederò tutta me stessa

Fidelizzare un cliente....Ok, qui entriamo in un campo minato, specie nella ristorazione.

Non mi soffermerò su questo punto in quanto è un argomento che può avere tantissime sfaccettature e a mio avviso

non esiste un sistema di fidelizzazione uguale per tutti.

Ogni locale ha le sue peculiarità e per tanto ogni sistema di fidelizzazione andrebbe creato ad hoc, quasi come un vestito sartoriale. In questo ebook ti presenterò delle caratteristiche che deve avere un sistema di fidelizzazione ed inoltre ti mostrerò come creare il tuo.

Di base un buon sistema di fidelizzazione clienti deve rispettare questi punti:

- 1 Avere il contatto cliente
- 2 Farsi ricordare dal cliente
- 3 Ascoltare il cliente
- 4 Offrire dei vantaggi al cliente
- 5 Aumentare i profitti dell'azienda

Ricorda bene, qualsiasi strategia di marketing deve essere misurabile.

Oggi faremo un passo nel futuro, anche se tanto futuro non è in quanto tante aziende importanti stanno già utilizzando delle **tecniche di fidelizzazione leggermente diverse**, ma che sembrano avere risultati migliori sia lato cliente che lato azienda e te ne parlo nel prossimo capitolo... ...reggiti forte e apri le orecchie e il cervello.

3.

LA CERCHIA DEI VIP

perché io so io e voi nun siete un c..

Bene caro lettore, siamo giunti ad un punto importantissimo di questo ebook. Adesso ti sto per sottoporre una strategia di marketing che ti permetterà non solo di creare un sistema di fidelizzazione, ma anche di generare fin da subito un profitto da essa.

E' riduttivo chiamarlo sistema di fidelizzazione in quanto la strategia della Cerchia di Vip si basa su un concetto radicato nell'uomo stesso ovvero il principio di esclusività.

Quanti di noi vorrebbero avere più degli altri? Quanti di noi vorrebbero essere privilegiati quando vanno al ristorante? Quanti di noi pagherebbero una cifra simbolica per ottenere dei vantaggi che in pochi hanno?

La Cerchia dei Vip ti permetterà di:

1. Fidelizzare la clientela
2. Acquisire i loro contatti
3. Incentivare il passaparola
4. Aumentare lo scontrino medio
5. Aumentare la ricorrenza delle presenze
6. Creare una cerchia di clienti esclusivi
7. Avere **profitto immediato** fin da subito

Al fine di essere più chiaro possibile, prima di illustrarti i punti chiave, ti illustrerò uno scenario tipo...

.....

Questa sera vado al ristorante con la mia compagna. Mi piace questo ristorante perché mi sono sempre trovato bene. Inoltre dato che sono membro della cerchia dei Vip del ristorante in questione, prenoto il mio tavolo utilizzando un canale inusuale che non usano i clienti normali esempio invio messaggio whatsapp al responsabile di sala.

Arrivando al ristorante, all'entrata presento il mio badge che permette allo staff del ristorante di riconoscere che io sono un cliente vip.

Sedendomi al tavolo il cameriere mi cambia la mise en place, essendo io un cliente Vip ottengo dei bicchieri particolari che già suscitano interesse al tavolo.

In fase di ordinazione, grazie al mio badge Vip, posso accedere a dei piatti sul menu riservati solo ed esclusivamente ai clienti Vip. Che dire, la mia compagna è entusiasta del mio tocco di importanza nonché degli extra menu esclusivi.

Arrivano i piatti esclusivi ed un tavolo a noi vicino noto che chiede al cameriere quale sia il piatto che ho ordinato, peccato lui non è un cliente Vip e pertanto non può ordinarlo. Magari dovrebbe aderire alla cerchia dei Vip.

Dopo tante coccole riservate decidiamo di andare via quindi chiedo il conto. Grazie al mio badge Vip pagando in contanti ottengo il

5% di sconto che ancora una volta mi permette di essere elogiato fra i clienti.

Che dire la mia Vip Card anche questa volta ha avuto successo. Io, il giorno dopo, non posso che esaltare i favolosi piatti del ristorante e la mia Vip Card in un momento di chiacchiere con gli amici.

Wow, ma che succede?? Mi è appena arrivato un messaggio dal ristorante dove ho la Vip Card. Il ristorante in questione ha un evento infrasettimanale la settimana prossima e i possessori della vip card hanno l'early Booking e uno sconto esclusivo rispetto ai clienti normali. Che faccio vado?

.....

...bene, in questo breve scenario ho cercato di ricreare una situazione tipo utilizzando la strategia della Cerchia dei Vip, ma non è ancora venuto il meglio.

La domanda è :

Quanto pagherebbe il cliente del ristorante per ottenere dei privilegi simili ?

Hai capito bene. La Cerchia dei Vip si basa su un concetto di esclusività e come tale ogni cliente che sceglie di aderire alla cerchia dei vip deve pagare una determinata quota.

Stai pensando che potresti offrire la strategia della cerchia dei Vip gratis??
Assolutamente non farlo. **Tutto ciò che è gratis è solitamente visto privo di valore.** Identificare il prezzo dell'adesione non è facile, ma ovviamente è sempre ponderato all'offerta dei servizi plus. Fai sempre pagare l'adesione alla cerchia dei Vip, magari mettendo un prezzo e scontandolo pre le prime adesioni.

Ciò ti permetterà di avere un introito subito, ma soprattutto ti permetterà di far percepire al cliente il valore stesso della cerchia. Inoltre solitamente per qualcosa che paghi sei solito usarlo.

Ora che spero che ti sia chiaro il concetto voglio illustrarti i punti chiave della Cerchia dei Vip.

- 1) Esclusività
- 2) Regolamento
- 3) Sistema di adesione

Esclusività Basandosi sul concetto di esclusività sarebbe opportuno che la cerchia dei Vip sia a numero chiuso e che soprattutto il cliente abbia la convinzione di accedere a determinati servizi di valore ed esclusivi (prendi esempio dal menu riservato, dallo sconto in cassa se pago contanti etc.) Sei tu a conoscere il tuo locale quindi dovresti essere tu a capire bene quali sono gli incentivi che non ti arrecano fastidi e che puoi offrire al tuo cliente. Nei capitoli successivi ci sarà una case history dove potrai prendere maggiori spunti (noi di Ke Risto ovviamente siamo a disposizione :)

Regolamento Redigi un regolamento dove spiegherai precisamente quali sono i vantaggi ad entrare nella cerchia dei Vip. Tieni in considerazione che il regolamento potrà cambiare pertanto annota tutte le

postille del caso. Metti sul regolamento i punti di forza che sono quelli che poi utilizzerai anche per promuovere l'adesione alla tua Cerchia dei Vip.

Sistema di adesione Elabora un semplice sistema di adesione per permettere ai tuoi clienti di aderire e ai tuoi collaboratori di capire quali sono i clienti del tuo ristorante che fanno parte della Cerchia di Vip. E' possibile realizzarlo anche con un foglio di calcolo. A mio avviso il sistema dovrebbe essere attivabile online rilasciando una card virtuale, non ha caso abbiamo realizzato tra i nostri software il Ke Vip, magari te lo accenno in seguito.

Questa tecnica di marketing se ci pensi è stata già usata da molte importanti aziende del quale non posso fare nomi (marketplace, abbigliamento, palestre, streaming etc.).

La cerchia dei Vip è una strategia di marketing per la ristorazione potentissima. Personalmente l'ho sperimentata in alcuni locali, ma bisogna anche dire che è una

strategia sartoriale e per ogni locale deve essere cucita su misura.

E' vero che il marketing oltre ad essere numeri è anche mindset e sperimentazione, infatti se sei nel campo del marketing e della ristorazione sicuramente avrai facilità nella realizzazione proficua di questa strategia.

N.B. Il nome Cerchia dei Vip è puramente di fantasia e noi lo utilizziamo per descrivere questo tipo particolare di strategia, tu sei libero di chiamare la tua cerchia di clienti come vuoi.

4.

IL PAGAMENTO RICCORRENTE

Il ferro va battuto quando è caldo

Come avrai capito La Cerchia dei Vip trova il suo massimo risultato quando l'adesione a tale cerchia non è gratuita.

Magari hai già pensato a quali plus offrire e al prezzo da proporre. E se ti dicessi che potresti fidelizzare il tuo cliente in maniera ricorrente?

L'adesione, come tutti gli abbonamenti, deve avere un inizio e una fine.

Infatti nella tua strategia dovrai porre un limite temporale per la durata dell'adesione oppure un limite di utilizzo.

Molti ristoranti utilizzano anche una tecnica basata sul numero di prenotazioni esempio se vieni almeno due volte a mese appartieni alla

fascia dei clienti X se vieni almeno una volta al mese sei un cliente di fascia Y, ma questa è un'altra tecnica a mio avviso complicata da capire anche per il cliente.

Il Marketing e le offerte devono sempre essere chiare e trasparenti, non pensare mai che il tuo cliente sia uno sprovveduto.

Tornando a noi la Cerchia dei Vip deve avere un sistema di rinnovo semplice basato su delle scadenze. Questo ti farà capire che l'adesione potrebbe avere validità un mese come un anno.

Questa periodo temporale di validità prestabilito ti permetterà di ottenere dei pagamenti periodici dai tuoi clienti.

Conteggiando una piccola percentuale dei tuoi clienti annuali che aderiranno e considerando un prezzo di adesione potrai facilmente conteggiare l'introito aggiuntivo del tuo ristorante.

Sì, tieni in considerazione che alcuni di questi potranno decidere di non rinnovare,

ma se tu avessi un anche uno strumento per facilitare (rendere indolore) il rinnovo tutto si farebbe più semplice.

Attraverso gli strumenti gratuiti di google è molto semplice abbinare un foglio di calcolo ad un calendario con degli alert di scadenza.

Ovviamente noi Ke Risto per i nostri clienti abbiamo utilizzato il nostro software Ke Vip, ma tu sei libero di utilizzare qualsiasi software tu voglia.

Oggi mi interessa soltanto che tu capisca la potenza di una tecnica di marketing come La Cerchia dei Vip.

5.

I PLUS ESCLUSIVI

Se tanto mi da tanto a te cosa resta

Scegliere e decidere quali siano i migliori plus da offrire al cliente che acquista l'adesione alla Cerchia dei Vip credo sia l'azione più delicata di tutta la strategia e ti spiego il perché.

Avrai notato sicuramente prima come tra i plus del "ristorante dove sono andato con la mia compagna" vi erano dei piatti sul menu riservati ai clienti Vip. Ecco ad esempio avere la possibilità di inserire dei piatti diversi permette sicuramente di avere maggiore interesse da parte del cliente, ma dall'altra parte bisogna tenere in considerazione la produzione, in quanto tra scorte di magazzino e catena di produzione, potrebbe portare delle lamentele da parte dei tuoi collaboratori di cucina.

Anche il fattore sconto è qualcosa che va sempre calcolato in base agli scontrini medi, la fascia oraria di lavoro e altri parametri...

...esempio veloce di un errore sugli sconti è del tipo lo sconto su raggiungimento del prezzo. Ieri ho ordinato due pizze totale scontrino 18€. Al pagamento mi dicono che se arrivo a 20€ ho il 20% di sconto... ...ho ordinato in aggiunta due supplì e ho pagato così 16€ (le mie due pizze più i due supplì). Se lo sconto non mi fosse stato detto avrei comprato solo due pizze pagando 18€.

Puoi provarlo anche tu, succede sulla maggiorate delle app del food delivery.

Ad ogni modo decidi con cura quali saranno i plus da offrire ai clienti "vip".

Ricorda bene, non esiste il copia e incolla, ogni strategia deve essere cucita addosso al ristorante che la indossa e tu sei la persona che più di tutti dovrebbe conoscere il suo locale.

Per comodità ti lascio comunque 10 punti sui quali riflettere per scegliere i plus da offrire ai clienti Vip :

- Prenotazioni riservate
- Convenzione sul delivery
- Sconto riservato
- Mise en place differente
- Prosecco di benvenuto
- Sconto compleanno
- Menu riservato
- Porta un amico
- Eventi riservati
- Priority reserve

6.

CASE HISTORY

Pizzeria Bella Napoli e La Cerchia di San Gennaro

Adesso voglio farti toccare con mano come una semplice pizzeria con 30 coperti giornalieri di media possa non solo creare la propria cerchia di clienti sui quali lavorare per aumentare lo scontrino medio e aumentarne la frequenza di visita, ma anche guadagnare **5.373€ in più ogni anno.**

Siamo in Toscana in una cittadella di provincia. Goffredo è amante della pizza napoletana e 4 anni fa decide di aprire la sua pizzeria. E' una pizzeria come tante altre, nessuna identità particolare se non che il tipo di pizza offerta. Il locale ha una 70 di posti che solitamente, tolti i fine settimana e le feste comandate, non sono mai in sold out.

Goffredo ha una particolare attenzione al cliente, crede che in mercato delle pizzerie ormai strapieno la sua tipicità si dovrà

riversare non solo sulla qualità del cibo offerto, ma anche nella cura particolare del cliente e l'esperienza che vivrà il cliente mangiando nella sua pizzeria.

Ad inizio anno decide di privilegiare alcuni clienti con il metodo della Cerchia dei Vip. In questo caso Goffredo chiama la sua cerchia **"La Cerchia di San Gennaro"**

Facendo una statistica decide di mettere il prezzo di adesione a 59€/anno scontato a 19,90€/anno per chi aderisce entro la fine dell'anno.

Parallelamente pubblica il suo regolamento per la cerchia di San Gennaro dove sono elencati i plus per gli aderenti alla cerchia.

- 4 Pizze Menu Riservato ogni mese diverse
- 50% sconto compleanno solo al festeggiato
- Rotellina per tagliare la pizza (mise en place diversa)
- Giropizza (pizza no limits) il martedì solo per i clienti appartenenti alla cerchia di San Gennaro
- 15% sconto delivery ritiro in sede

- 5% sconto pagamento in contanti

Morale della favola ottiene circa 270 iscritti alla Cerchia di San Gennaro.

Ora se hai una piccola dimestichezza con i numeri voglio farti vedere quelli di Goffredo.

La Pizzeria ha **30 come media coperti giornaliera quindi** 900 media coperti mensili. Di conseguenza circa 10.800 di media coperti annui.

Considerando i minimi storici dove un cliente di una cittedella di provincia ripassa alla pizzeria almeno una volta ogni tre mesi otteniamo una base clienti di 2.700.

Per Goffredo **solo il 10% di quei clienti** aderisce alla Cerchia di San Gennaro quindi

270 clienti aderenti con prezzo adesione di € 19,90.

I conti sono presto fatti :

19,9 € (prezzo adesione annuale)
moltiplicato per 270 (clienti aderenti) =

+ 5.373€ / anno

Ovviamente, come ripetuto in precedenza, il profitto aggiuntivo non è l'unico punto di forza della strategia La Cerchia dei Vip, in quanto le pizze fuori menu proposte da Goffredo hanno un margine di profitto maggiore e gli eventi proposti infrasettimanali permettono di aumentare il numero medio di coperti giornalieri in quanto vanno sempre in soldout.

CHI SONO

Gianni Palombi

Era il lontano 1996 quando mi addentravo per la prima volta nell'ambiente della ristorazione. Un tipico ristorante gestito a livello familiare, dove i miei cari svolgevano quell'attività con amore e dedizione per il loro lavoro.

All'epoca non esista tripadvisor, ne tanto meno i social network. I clienti si acquisivano per passaparola diretto, convenzioni e qualche pubblicità sporadica su giornali o eventi.

Già all'epoca oltre a conoscere tutti i vari aspetti operativi e tecnici c'era una cosa che in particolare mi appassionava... ..chiedevo sempre ai clienti del ristorante come ci avevano conosciuto ed il motivo che li spingeva a tornare al nostro ristorante, quella passione era il marketing per la ristorazione. Oggi la ristorazione vive una nuova generazione, fatta non solo di cucina, ma per lo più di marketing. Proprio quel marketing

che ti permette di avere dei ritorni in termini di clientela e reputazione.

Piacere, mi chiamo Gianni Palombi e sono il fondatore di Ke Risto, la prima web agency in Italia al passo coi tempi e specializzata nel food marketing.



Gianni Palombi

CEO @ Ke Risto



7.

PICCOLO SPAZIO PUBBLICITA'

50€

Congratulazioni, hai ottenuto 50€ da spendere quando vuoi sui i nostri servizi. Non potevo lasciarti senza la ciliegina sulla torta. Leggere questo ebook spero sia stato gradevole ed inoltre hai ottenuto 50€. Se ti va fai un giro sul nostro sitoweb www.keristo.it

[GUARDA IL SERVIZIO KE VIP](#)



Ke Risto | Strumenti e Marketing per la Ristorazione

Via Ludovisi 35 ROMA 00187 www.keristo.it - info@keristo.it
Tel : +39 06 2111 8120 - Mobile : +39 379 197 4109